



INFORME ACADÉMICO FINAL

Proyectos de Investigación 2016-2017

PROYECTO:

Identities profesionales en el campo de la Comunicación Social. Formación institucionalizada y la realidad laboral /profesional en ciudades de la provincia de Córdoba

DIRECTOR:

Carla Fernanda Avendaño Manelli

CO-DIRECTOR:

Sergio Alejandro Coser

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN:

BOVO, Marcos Hernán

CAPDEVILA, Ana Cecilia

CORREA, Pablo Eugenio

FASSETTA, Germán José

FAVA, Damián Nicolás

GAGLIESE, Dino Daniel

GAROFANI, Diego Patricio

JOBANI, Maisa Belén

PRANZONI, Carolina Ivana

MAGLIANO, Candelaria

TENAGLIA, Pablo Rubén

DUARTE, Rodrigo Sebastián



INFORME ACADÉMICO FINAL Proyectos de Investigación 2016-2017

ALUMNOS INTEGRANTES:

AVALLE, María Guadalupe

TISSERA, Virginia

AMARILLA RUIZ, Sandra Inés

1. INFORME ACADÉMICO DEL PROGRAMA/PROYECTO¹

—

2. VINCULACIÓN CIENTÍFICA²

2.1. *Describir vínculos generados desde el Programa/Proyecto con referencia a demandas del Sector Productivo.*

En las cuatro ciudades principales de la provincia de Córdoba (Córdoba, Río Cuarto, Villa María, San Francisco), se dicta Comunicación Social dentro de la oferta educativa de carreras de nivel superior en instituciones públicas. Este insumo educativo modela la formación de Comunicadores que desarrollan su actividad laboral /profesional en dichas ciudades y región de influencia, generando un imaginario (o varios) acerca de la profesión.

Este trabajo parte de conceptualizar la identidad profesional como un proceso dinámico e individualizado en donde se definen trayectorias académicas y profesionales producto de la interacción de los sujetos con los procesos formativos y profesionales. El campo profesional de la Comunicación se encuentra configurado a partir de un vasto conjunto de saberes y prácticas que ubican su campo formativo y profesional en una amplia gama de contenidos y denominaciones que expresan múltiples identidades, a su vez con límites borrosos entre ambas instancias debido a que la titulación no es excluyente

En virtud de ello, se parte de la pregunta ¿Cómo se configuran las identidades de los profesionales de la Comunicación Social entre la formación institucionalizada y el quehacer en los escenarios laborales /profesionales en las principales ciudades de la provincia de Córdoba? A partir de esta pregunta inicial surgen, los siguientes interrogantes:

¹ Detallar actividades desarrolladas y resultados obtenidos del equipo en su conjunto (no individualizar por integrante). **Requisito:** Máximo 2500 palabras.

² Detallar acciones realizadas y resultados obtenidos (solo en caso que corresponda).



INFORME ACADÉMICO FINAL Proyectos de Investigación 2016-2017

¿Qué concepciones de profesional de la comunicación impera en las instituciones de Educación Superior universitaria y no universitaria de las principales ciudades de la provincia de Córdoba? ¿Cómo se cristalizan en los planes de estudio y en la práctica docente? ¿Qué expectativas se generan a partir de los discursos institucionales en relación a la profesión?

¿Qué óptimos identitarios “recorta” el profesional para proyectarse en el mercado laboral / profesional? ¿Cómo se ponderan? ¿Cómo se piensa la demanda laboral / profesional para instaurar tal “contrato de lectura”?

¿Qué elementos generan las continuidades y rupturas entre la formación y la actividad laboral / profesional? ¿qué significados adoptan estas habilidades o carencias en la formación de la identidad profesional en el medio?

El diseño metodológico se sustenta en la triangulación entre estrategias cuantitativas y cualitativas. La dimensión cuantitativa, asimismo una mirada exploratorio – descriptiva (no estadística) acerca de tópicos comunes y diferenciales previstos conceptualmente en los dos pilares del proyecto: a) los planes de estudio y su acción propagandística; b) los CV de los profesionales de la comunicación. Por su parte, la estrategia cualitativa intenta indagar en las configuraciones de sentido que los propios actores otorgan a su realidad profesional en virtud de su formación y de las necesidades o demandas de su entorno. Ambas estrategias son integradas a fin de profundizar la comprensión de la compleja identidad del Comunicador Social en los contextos locales – regionales de la provincia.

En indagaciones previas acerca de investigaciones sobre la profesionalización del comunicador social aparece un espectro de aportes que profundizar la labor de la producción académica, es decir la investigación en comunicación, más que sobre el quehacer profesional. Entre los primeros se aborda el campo desde múltiples aristas en Latinoamérica en general y en determinados países de modo particular (Orozco Gómez, 1990; Fuentes, 1995 y 1998; García Lucero, 2000; Vasallo de Lopes, 2001, Sánchez Ruiz, 2002, Aranes Usantizaga, 2002, Serrano, 2007). Asimismo, la categoría “identidad”, se halla inicialmente asociada a portes antropológicos (Ruben, 1992; Romo Beltrán, 2000; Dubar, 2002; Contreras, 2004), y sociológicos (Giménez, 2000; Larrain, 2005; Alsina y Medina Bravo, 2006). En relación a las identidades profesionales y / o identidades como resultados de procesos de formación institucionalizada, los aportes centrales son los de (Álvarez, 2005; Fuentes Amaya, 2004; Meza Lueza, 2006; Beraud, 2007, Ávila, & Cortés, 2008, Muriel, 2012 y 2015)

En virtud de este mosaico de aportes, se visualiza un campo de vacancia en el cual se problematice la categoría identidad con las categorías comunicador social, emergiendo dentro de esta última dos subcategorías: formación y campo profesional, recíprocamente vinculadas. Los trabajos de Vanesa del Carmen Muriel Amezcua provenientes de la Universidad Autónoma



INFORME ACADÉMICO FINAL

Proyectos de Investigación 2016-2017

de Querétaro, México (2012 y 2015) dan cuenta de una precisa articulación entre ambos conceptos. La autora parte del supuesto:

(...) cuando pueda parecer que el desarrollo de la identidad es un proceso visualizado por su relación con la ubicación de la profesión dentro de la sociedad, (...), la identidad profesional se entiende como un proceso dinámico e individualizado en donde se definen trayectorias académicas y profesionales producto de la interacción de los sujetos con los procesos formativos y profesionales. En general, y como categoría de análisis, el proceso de caracterización de una profesión y de su práctica es complejo debido principalmente a la carencia de conceptos de los cuales partir así como de un marco de análisis específico para su comprensión. En lo particular esta complejidad, por carencia, se densifica en el caso de la profesión de comunicador en donde el concepto de identidad adquiere un matiz más amplio, de mayor alcance, ya que no se puede hablar de una identidad, sino de identidades profesionales, debido a que esta profesión se encuentra configurada a partir de un vasto conjunto de saberes y prácticas que ubican su campo formativo y profesional en una amplia gama de contenidos y denominaciones (Muriel, 2015)

A partir de los tres grandes grupos e interrogantes, fueron plantearos tres grandes objetivos, de los cuales surgieron dimensiones, categorías y unidades de análisis, como las estrategias metodológicas para abordarlos. En este apartado se presentan las decisiones respecto a los diseños metodológicos y se adelantan algunos de los resultados obtenidos hasta el momento. Objetivo 1: Inferir la construcción de las identidades del profesional de la comunicación imperante en las Instituciones formativas.

Para la concreción de este objetivo, se analizaron los Planes de estudio de las Instituciones formadoras: Lic. En Ciencias de la Comunicación – UNVM, Lic. en Comunicación Social – UNVM (sedes Villa María y San Francisco), Lic. en Comunicación Social - Facultad de Ciencias de la Comunicación – UNC, Lic. en Ciencias de la Comunicación UNRC, Tecnicatura Superior en Comunicación Social, INESCER – Villa María. A partir de los siguientes tópicos: perfil profesional, estructura formativa, orientaciones previstas y campo laboral/profesional, se realizó un análisis de contenido de los Planes de Estudio y de los productos de difusión de las carreras.

A partir de este primer acercamiento, emergieron otras ofertas de las instituciones referenciadas, tales como diplomados, otras tecnicaturas, cursos, y oferta de posgrado, que profundizan subcampos de la comunicación social, tales como: Relaciones Públicas, periodismo deportivo, Comunicación y Turismo, Producción y Realización en Medios, Especialidades periodísticas, organización de eventos y Ceremonial, Comunicación y Salud,



INFORME ACADÉMICO FINAL

Proyectos de Investigación 2016-2017

Locución, entre otros. Asimismo, aparece en la oferta educativa de nivel superior de la FCC UNC, el Profesorado en Comunicación Social, primera carrera de formación docente en la Disciplina en la provincia. Entre resumen responde a el logro de un primer mapeo de la oferta formativa en este campo dentro de los límites provinciales.

Asimismo, se trabajó en el aspecto complementario que implica la mediación en la formación, la o las orientaciones en el espacio formativo y las representaciones de la profesión que tienen los docentes y /o los directivos de las Instituciones formadoras en Ciencias de la Comunicación, objeto de este estudio. Para el trabajo en esta dimensión, se llevaron a cabo encuentros con docentes y autoridades de las instituciones antes referidas que permitieron recolectar datos acerca de las particularidades de algunas de las instituciones referenciadas.

Objetivo 2: Determinar los rasgos identitarios proyectados por los profesionales hacia el medio social /laboral / profesional.

Las unidades de análisis previstas para este objetivo son: egresados, estudiantes avanzados, trabajadores de la comunicación en relación de dependencia e independientes: mujeres y hombres, entre: 21 a 50 años que estudien y / o trabajen en Villa María, San Francisco, Río Cuarto y Córdoba Capital. Dado la real dificultad de lograr una estadística certera de los comunicador, se decidió trabajar a partir de la proyección identitaria cristalizada a través de un documento de propaganda individual, el Curriculum Vitae. El análisis de estos documentos previó como dimensiones y categorías de trabajo la auto identificación a través del recorte de atributos de identidad para comunicar, la titulación, institución de formación, logros académicos, experiencia laboral, experiencia profesional, otros conocimientos adquiridos y las habilidades ofertadas hacia la demanda laboral / profesional. Parte de las tablas elaboradas y de sus conclusiones fueron presentadas en congresos.

Objetivo 3: Configurar los escenarios de acción del comunicador entre los subcampos formativo y profesional.

Para el logro de este objetivo se han trazado como puntos de trabajo los complementos, tensiones, aplicaciones, carencias, falencias de conocimientos adquiridos institucionalmente y la demanda laboral / profesional, sentidos construidos en torno al saber y hacer del Comunicador en su contexto laboral / profesional, a partir de la voz de los propios actores: egresados, estudiantes avanzados, trabajadores de la comunicación en relación de dependencia e independientes: mujeres y hombres, entre 21 a 50 años que estudien y / o



INFORME ACADÉMICO FINAL Proyectos de Investigación 2016-2017

trabajen en Villa María, San Francisco, Río Cuarto, Córdoba Capital, este trabajo se realizó a partir del vínculo docente – estudiante propio de los investigadores a partir de conversaciones focalizadas en el marco de los EC. Parte de los datos fueron provistos por estudiantes avanzados en proceso de elaboración de sus TFG, quienes respondieron un extenso cuestionario cualitativo que permitió abordar estas tensiones. Este análisis también fue presentado en reuniones académicas.

2.2. Describir vínculos que respondan a demandas internas de distintas aéreas de la UNVM.

El hecho que este proyecto surgiera desde un conjunto de docentes y estudiantes de las Licenciatura en Comunicación Social de la UNVM (sedes Villa María y San Francisco) e invitara a participar a colegas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC, denota una clara preocupación por participar de debates acerca de los perfiles de los egresados de las carreras de comunicación, en virtud de los profundos cambios socio, culturales en la esfera comunicacional y tecnológica que impactan de manera directa y estructural en la práctica profesional /laboral de las y los comunicadores.

En el caso específico de la UNVM, esta preocupación se manifiesta en por ejemplo en el rediseño de espacios curriculares optativos, pensados a partir de dar respuestas concretas a las demandas del medio profesional laboral propio de nuestra región. Asimismo, se ha puesto el acento la elaboración de trabajos finales de grado de las carreras de comunicación que, a partir de la nueva reglamentación, exploren nuevos campos, pongan en acción otros postulados teórico – metodológicos, se permitan pensar la comunicación desde nuevas conceptualizaciones y logren proyectar posibilidades de crecimiento y desarrollo profesional real y concreta en nuestro medio local con vistas a otras latitudes. Esta orientación dio como resultado que durante el segundo semestre de 2016 presentaran su Trabajo Final de Grado las primeras tres egresadas de la Lic. en Comunicación Social (Plan 2010), dos de ellas miembros del equipo de investigación.

Sumado a lo anterior, el proyecto ha motivado una mirada atenta al entorno laboral profesional que también se ha traducido en modificaciones específicas de espacios curriculares como el Taller Integrador de Práctica Profesional, asignatura con la que los estudiantes pueden acceder a la titulación intermedia de Técnico Universitario en Periodismo. Por último, se ha participado en la organización de cursos, congresos y actividades de Extensión Universitaria realizadas a partir de debates acerca de los nuevos perfiles



INFORME ACADÉMICO FINAL Proyectos de Investigación 2016-2017

3. PUBLICACIÓN EN REPOSITORIO DIGITAL DE LA UNVM

AUTORIZO LA PUBLICACIÓN DE ESTE INFORME ACADÉMICO FINAL EN EL REPOSITORIO DIGITAL DE LA UNVM: SI

MODOS DE PRESENTACIÓN:

A) FORMATO IMPRESO

El presente Informe Académico Final, el Anexo “Producción Científica” (sin incluir probatorias) y la Planilla de Rendición, deberán ser presentados en formato impreso -debidamente firmados- en la Secretaría de Investigación y Extensión del Instituto Académico Pedagógico correspondiente.

B) FORMATO DIGITAL

El presente Informe Académico Final, el Anexo “Producción Científica” **y cada una de las producciones allí mencionadas (libros, artículos, papers, etc.)**, deberán ser presentadas en formato digital a: investigacion@rec.unvm.edu.ar, mencionando en el “Asunto”: INFORME FINAL Proyectos de Investigación 2016-2017.

Todos los archivos -incluyendo la Planilla de Rendición- deben estar comprimidos en una única carpeta, que llevará como nombre el Apellido del Director (Ejemplo: GONZÁLEZ).

PLAZO DE ENTREGA: 30/03/2018.-

.....
Firma Director/Co-director del Proyecto